

EMO 2003

Zeichen, die Mut machen...
und eine Erfolg versprechende Strategie...

Bereits vor der diesjährigen EMO präsentierten wir Ihnen in der 26. Ausgabe des DECO-Magazins die TORNOS Philosophie, mit der das Unternehmen den Anforderungen seiner Kunden und des Marktes noch gerechter werden will.

„Gleich, in welcher Branche Sie zu Hause sind – ob für Automobilbau, Medizin, Sanitärtechnik, Uhrenfertigung, Optik, Sicherheit oder Elektronik bzw. Mikromechanik – TORNOS bietet mit Sicherheit auch eine Lösung für Ihre Anforderungen“.

Nach Ende der EMO stellt TORNOS nun fest, dass dieser Ansatz, der vor allem zu mehr Kundennähe führen soll, ein voller Erfolg ist. Wir haben mit dieser Aussage ein wichtiges Versprechen gegeben und setzen alles daran, es zu halten.

In diesem Jahr haben 1600 Aussteller mehr als 6500 Maschinen ausgestellt. 5 dieser Maschinen befanden sich auf dem Stand von TORNOS! Mit über 500 Kundenbesuchen, rund 150 Anfragen und 14 verkauften Maschinen zieht das Unternehmen TORNOS eine positive Bilanz der diesjährigen EMO.

Die am Stand gezeigten, branchenspezifischen Ausstellungsstücke haben großes Interesse erregt. Die Präsentation eines F1-Motors von Ferrari sowie eines Motorrads der Marke Ducati haben zweifellos einen hervorragenden Eindruck von der Stärke, der Leistungsfähigkeit und der Zuverlässigkeit der von TORNOS angebotenen Lösungen für den Automobilbau vermittelt. Das Unternehmen bedankt sich an dieser Stelle nochmals für die



Editorial
Forum
Exhibition
Interview
News
Presentation
Technical



Bereitstellung dieser Ausstellungsstücke.

Allem Anschein nach hat das Interesse der EMO-Besucher in diesem Jahr zugenommen. Wir hoffen sehr, dass dies ein Zeichen für einen positiven Wandel im weltweiten Markt für Werkzeugmaschinen ist.

Die nächste EMO findet vom 14. bis zum 21. September 2005 in Hannover statt. Bis dahin wird sich unser Unternehmen weiterhin konstant am Markt präsentieren. Hierzu tragen vor allem die mehr als 30 Ausstellungen im Jahr 2004 bei (Informationen hierzu finden Sie im DECO Magazin Nr. 28, das im März 2004 erscheint).

Auf die Frage nach dem Hintergrund dieser "branchenspezifischen Aktivitäten" sagte uns Herr Nef, der Leiter des Geschäftsbereichs Multi, Folgendes:

"Ich möchte betonen, dass unsere Philosophie kein Marketing-Trick ist, den wir speziell für Ausstellungen entwickelt haben. Sie ist vielmehr das Ergebnis unseres Strebens nach besseren Lösungen, mit denen wir die Anforderungen unserer Kunden nachhaltig erfüllen wollen. Hierzu stehen wir jederzeit gerne zur Verfügung."



(Lesen Sie hierzu auch den Artikel "Lösungsanbieter" auf Seite 51)



PUB Stämpfli